



## MODELO DE COSTE **MULTIDIMENSIONAL**

Incorporación del análisis multidimensional y las transacciones en modelos de costes.  
.....



Construimos modelos de costes fundados en relación CUASA-EFECTO. El análisis de costes convertido en estratégico y ventaja competitiva.

Tradicionalmente los modelos de coste han estado basados principalmente en una dimensión, los productos. Pero debido a esta asignación a un única dimensión, muchos de las relaciones entre los costes y los objetos de coste no reflejaban una autentica relación causa-efecto y podía llevar a cometer errores en la asignación y en la toma de decisión.

Un ejemplo claro es el coste de la fuerza de ventas. Si el modelo de costes contiene una única dimensión (digamos producto) podemos intentar asignar este coste a los productos usando el precio de venta o el de coste de los productos. Esto nos puede llevar a un reparto erróneo, de modo que se produzca un subsidio cruzado entre productos. Y consecuente un erróneo análisis de rentabilidades y toma de decisiones.

**Mejor información para mejor toma de decisión.**

## Ventajas de este modelo

Asignaciones con relación CAUSA-EFECTO.



### Evitar de subsidios cruzados

Una asignación errónea de costes me puede llevar a "sobreasignar" productos y "subasignar" otros. No conozco rentabilidades reales de los productos.



### Usar el cost-driver adecuado

El uso del inductor correcto en la relación coste y objeto de coste a través de la dimensión.



### Big Data

Incorporación del fichero de transacciones de la compañía para analisis de costes. Estudios de dinámicos de costes con big data y transacciones.



Siguiendo con el ejemplo, el coste de los productos difícilmente puede ser driver para el coste de ventas, en un modelo multidimensional partimos de analizar que hace la fuerza de ventas. Las fuerza de ventas invierte en clientes, en mercados, en canales, en países, o campañas de marketing..., éstas son algunas de las dimensiones que podemos utilizar para el modelo de costes.

Combinando el driver y la dimensión adecuada, podemos encontrar las relaciones causa efecto correctos, y así evitar subsidios cruzados entre productos.

Ejemplo de una empresa de telecomunicaciones operando en el mercado UK. Primero asignamos los costes al objeto UK y luego a las ventas del mercado, utilizando los driver adecuados, puede ser volumen en ventas, número de transacciones,...

El objetivo es conseguir relaciones causa-efecto, que nos permita una mejor asignación con menores subsidios cruzados.

## ¿Porqué introducir transacciones en el modelo de costes?

Las ventas, pedidos, etc. son realidades de nuestra actividad. Cuantas más realidades incluya nuestro modelo de costes, de más calidad será la información obtenida. Por ejemplo, en el departamento de pedidos, la medida de actividad puede ser el número de ordenes, volumen de artículos o las ventas puede llevarnos a error.

En el coste de mantenimiento o de ajuste de máquinas, el driver podría ser número de cambios, de ordenes de fabricación,.... Siempre driver con dimensión adecuada. Realizadas las asignaciones, teniendo en cuenta transacciones y dimensiones, podemos hacer análisis dinámico, y visualizar la información mediante tablas y gráficas dinámicas.

Con modelos desarrollados con la herramienta **CostPerform**, en SOLVE BMC entregamos nueva información calculada. Aportamos información sobre el margen neto real.

Esta nueva información puede ser tratada por los BDA (big data analysis tools), de modo que se puede llevar a cabo un nuevo y más profundo análisis.

Muchas empresas tienen un ERP, pero estas herramientas no son capaces de encontrar relación causa-efecto entre costes y objetos de costo. No existe una relación directa, sino que hay que encontrar una relación indirecta basada en el análisis multidimensional.

Contáctenos para más información sobre este u otro modelo de costes.



+ 34. 911 412 042  
+ 34. 961 140 239



www.solvebmc.com  
info@solvebmc.com

